

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Corporate Identity merupakan identitas yang membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, dan bisa juga berfungsi sebagai penanaman citra atau image yang bisa menjadikan sebagai daya tarik. Identitas perusahaan berdasarkan filosofi organisasi terwujud dalam budaya perusahaan yang berbeda. Identitas mencerminkan kepribadian sebuah perusahaan dan dari sinilah branding perusahaan tercipta.

Corporate Identity dalam suatu perusahaan, berperan dalam menjawab pertanyaan seperti “siapa kita?” dalam arti dimata klien atau konsumen. Disini perusahaan menunjukkan rasa kebersamaan atau hubungannya kepada klien atau konsumen. Menjalankan bisnis berkembang dan produktif dalam bukan tentang menjadi beruntung. Tapi tentang bagaimana membuat pilihan yang akan mempengaruhi orang dan meningkatkan pendapatan. Sebuah identitas bisnis melakukan hal ini dengan meningkatkan daya tarik pasar untuk produk atau jasa bisnis.

Logo, merupakan identitas yang paling utama selain dari slogan, lagu dll. Hanya dengan melihat logo salah satu bisnis, kita bisa langsung mengenal organisasi bisnis tersebut dan mengetahui reputasinya. Oleh karena itu wajar bila biaya design corporate identity cukup mahal (sebenarnya tidak, karena sebanding dengan output yang dihasilkan).

Corporate Identity menjadikan Branding lebih kuat karena kita lihat branding menunjukkan karakter suatu identitas dimana logo, iklan dan behavior mempunyai peranan dalam menggambarkan atau melukiskan sebuah perusahaan. Sehingga Corporate identity menjadi penting dalam menyampaikan nyawa dari perusahaan itu sendiri.

PT. Simpati Global atau Suara Mitra Simpati adalah salah satu perusahaan advertising dengan lokasi kantor di Jalan Gayung sari barat No. 47, Surabaya. Perusahaan ini bergerak dibidang advertising, komunikasi, serta event organizer. Cikal bakal Simpati Global didirikan oleh 9 orang mantan wartawan Bisnis Suara Indonesia, tepatnya pada tanggal 27 Juli 1996. Saat itu gerbong bisnis yang bernama Suara Mitra Simpati atau yang lebih dikenal dengan Simpati Advertising lahir, bergerak dalam bidang periklanan.

Gerbong ini bergerak cepat dan mampu survive ditengah kompetisi yang ketat serta krisis ekonomi dengan mengandalkan jaringan jurnalisme yang luas. Dalam perjalanan waktu Simpati Advertising telah mampu menggenggam ratusan klien, termasuk di dalamnya BUMN dan perusahaan publik.

Seiring dengan perkembangan tersebut tuntutan kualitas dan kuantitas pelayanan pun bertambah. Hal itulah yang mendorong lahirnya Simpati Public Relation, yang kini menjadi Mitra Medcom sebuah perusahaan yang memiliki spesifikasi yang lengkap dalam jasa komunikasi sebagai jawaban keinginan klien-klien yang ingin ditangani secara menyeluruh untuk menambah pelayanan dengan motto "One Stop Service" maka lahirlah Simpati Organizer dan Simpati Production.

Selama ini, perusahaan yang bergerak dibidang jasa kreatif ini menggunakan desain hanya memiliki sebuah logo yang kurang efektif dan perusahaan tidak memiliki corporate identity berupa logo dan diaplikasikan kedalam media stationery set seperti pada perusahaan maju pada umumnya. Untuk itu perlu dilakukan redesain atau perancangan company profile berupa interaktif pada PT. Simpati Global.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Dengan melihat latar belakang yang telah dibahas pada sub bab 1.1 maka dapat dirumuskan bahwa permasalahan PT. Suara Mitra Simpati ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana membuat corporate identity yang efektif dan efisien sebagai upaya meningkatkan image dan citra perusahaan terhadap klien dan pesaingnya?

## **1.3 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah yang nantinya akan digunakan, yaitu:

1. Hanya terbatas pada pembuatan corporate identity yang meliputi Logo dan Stationery set (kartu nama, amplop, kop surat, dan label CD)
2. Berupa file yang siap cetak yakni PDF dan JPEG

## 1.4 Tujuan

Tujuan dari kerja praktek yang dilakukan adalah sebagai berikut:

“Membuat Corporate Identity yang sesuai dengan karakter perusahaan sebagai upaya meningkatkan image dan citra perusahaan terhadap klien dan pesaingnya.”

## 1.5 Manfaat

Sesuai dengan tujuan yang diharapkan, maka manfaat dari perancangan ini adalah:

1. Memberikan desain corporate identity yang sesuai dengan visi dan misi perusahaan sehingga mampu menunjukkan karakter perusahaan dan jasa yang ditawarkan oleh PT.Suara Mitra Simpati
2. Memberikan Kontribusi kepada pihak PT. Suara Mitra Simpati untuk memperoleh loyalitas klien.

## 1.6 Pelaksanaan

### 1.6.1 Detail Perusahaan

Nama perusahaan	: PT. Simpati Global/ Suara Mitra Simpati
Jasa	: Advertising, Public Relation dan Event organizer
Alamat	: Jl. Gayungsari Barat No.47 Surabaya, Jawa Timur, Indonesia
Phone	: ( 031 ) 8292688
Fax	: ( 031 ) 8292689
e-mail	: simpati1996@yahoo.com

Adapun kegiatan yang dilakukan selama melaksanakan kerja praktek di PT. Simpati Global adalah merancang undangan dan keperluan lain pada pesta ulang tahun ke 17 PT. Simpati Global serta merancang berbagai iklan dan media promosi dari beberapa perusahaan diantaranya adalah 88 English, Semen Indonesia, Clie Furniture, Yummie Bakery serta merancang Corporate Identity PT.Suara Mitra Simpati.

### **1.6.2 Periode**

Periode waktu pelaksanaan kerja praktek yang telah ditentukan adalah minimal 160 jam dengan keterangan sebagai berikut:

Tanggal pelaksanaan : 8 Juli 2013 – 15 Agustus 2013

Waktu : 09.30 – 17.00 WIB

### **1.7 Sistematika Penulisan**

Agar para pembaca dapat memahami dengan mudah persoalan dan pembahasannya, maka penulisan dari laporan kerja praktek ini akan dibuat dengan sistematika yang nantinya terdiri dari beberapa bab yang di dalamnya terdapat penjabaran masalah, yakni:

**BAB I** Pada bab ini akan membahas tentang perumusan dan penjelasan masalah umum, sehingga nantinya akan diperoleh suatu gambaran umum mengenai seluruh penelitian yang dilakukan oleh penulis.

Didalam bab ini akan menyangkut beberapa masalah yang nantinya akan meliputi tentang : Latar Belakang Masalah, Perumusan

Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan, Kontribusi, dan dilanjutkan oleh Sistematika Penulisan Kerja Praktek.

**BAB II** Pada bab ini akan membahas tentang teori penunjang yang diharapkan menjelaskan secara singkat mengenai landasan teori yang berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan.

**BAB III** Pada bab ini akan membahas mengenai metode pelaksanaan kerja praktek, mulai dari teknik hingga progres kerja.

**BAB IV** Pada bab ini akan membahas tentang informasi umum PT. Suara Mitra Simpati, visi dan misi dan motto PT. Suara Mitra Simpati, struktur organisasi PT. Suara Mitra Simpati, serta jasa yang ditawarkan oleh PT. Suara Mitra Simpati.

**BAB V** Pada bab ini akan membahas implementasi karya, dimana hasil perancangan selama melaksanakan kerja praktek di PT. Suara Mitra Simpati berdasarkan permasalahan dan metode perancangan yang telah dikerjakan.

**BAB VI** Pada bab ini akan membahas mengenai kesimpulan dari pembuatan perancangan media presentasi yang terkait dengan tujuan dan permasalahan yang ada, serta saran untuk pembuatan Corporate Identity bagi PT. Suara Mitra Simpati.